

استخدام العلاقات العامة الرقمية في الجامعة والترويج لروح المقاولاتية

Using digital public relations at the university

and promoting the entrepreneurial spirit

ط.د. جاهد لزرق¹، د. بن علي مليكة²¹ جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم (الجزائر)

(مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب) Lazreg.djahed.etu@univ-mosta.dz

² جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم (الجزائر)

(مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب) malika.benali@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2025/06/01

تاريخ القبول: 2025/05/12

تاريخ الاستلام: 2024/06/19

ملخص:

إن استخدام العلاقات العامة أصبح ضرورة حتمية لدى جل المؤسسات ومع التطور التكنولوجي ودخول عصر الرقمنة أصبح من الضروري مواكبة هذا التطور من خلال استخدام علاقات عامة رقمية أكثر مواكبة وتطور.

ولعل للجامعة الدور الكبير في التعريف والترويج للروح المقاولاتية لدى الشباب الجامعي عن طريق مختلف الأنشطة التي تقوم بها باستخدام التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة باعتبار ان هذه الفئة لها الدفع القوي لاقتصاد البلاد بحيث ان من الأهداف التي نسعى اليها نجد ما يلي:

- معرفة ماهية العلاقات العامة الرقمية والروح المقاولاتية .
- معرفة أنشطة العلاقات العامة الرقمية في الوسط الجامعي.
- معرفة مدى استخدام الجامعة للتقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة .
- معرفة الاساليب التي تستخدمها العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورة الجامعة لدى الطلاب الجامعيين.

كلمات مفتاحية: العلاقات العامة الرقمية ، الجامعة الجزائرية، الترويج، الفكر المقاولاتي.

Abstract:

The university has a great role in intraducing and promoting the entrepreneurial spirit among university youth through the varions activitos it canies out using modern technology in the field of public relations ,cousidering that this group has a strong inpetus for the contry's economy ,so that one of the gools is :

- know what digital public relations is and entrepreneurial .
- knowled ge of digital public relations activitis at university .
- knowing the extent to which the university uses modern technologies in the fild of public relations .
- know the methads used by public relations to improve the university's image among students at university .
- knowing the Most important challenges public digital relations in promoting entrepreneurial thought at the Algerian university .

Keywords: : the general digital relations ; the Algerian university; promoting ; the entrepreneurial thought .

*المؤلف المرسل

1. المقدمة:

تلعب المؤسسات دورا حيويا في رفع اقتصاد البلاد و الدفع بعجلة التنمية نحو الامام و لعل الجامعة من بين ابرز المؤسسات التي تساهم بشكل كبير في ذلك من خلال تكوين الكوادر البشرية و بما ان توجه الدولة اصبح منصبا اكثر الى تكوين تلك الكوادر كان لزاما على المؤسسة الجامعية العمل على استقطاب الطلبة أصحاب المشاريع نحو المؤسسات الجامعية لتكوينهم و تعريفهم بطرق انشاء مؤسسة و تنمية الروح المقاولاتية لديهم من خلال مختلف الأنشطة التي تقوم بها عن طريق استخدام مكتب العلاقات العامة و الذي بدوره يساهم بشكل كبير في توجيه أصحاب المشاريع نحو تبني فكرة مؤسسة ناشئة من خلال استخدام العلاقات العامة الرقمية التي أصبحت توظف مختلف التقنيات الحديثة في الترويج و التعريف بالروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين .

2. الإشكالية:

تعتبر العلاقات العامة همزة وصل بين الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة الجامعية من خلال محاولة التعريف بالمؤسسة والترويج لأفكارها للطلبة الجامعيين حاملي المشاريع وذلك عبر مختلف الأنشطة التي تقوم بها من خلال استخدام شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

ويمكن ان نحدد مشكلة دراستنا في محاولة التعرف على العلاقات العامة الرقمية وأهمية استخدامها في التعريف والترويج للفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين من خلال التحليل النظري لمفهوم العلاقات العامة الرقمية واستخداماتها في الجامعة الجزائرية للترويج للفكر المقاولاتي وهذا ما قادنا الى التساؤل التالي: كيف تساهم العلاقات العامة الرقمية في الترويج للفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين؟

3. التساؤلات الفرعية:

- ماهية العلاقات العامة الرقمية وماهية الفكر المقاولاتي؟
- ما هي التقنيات الحديثة التي تستخدمها الجامعة الجزائرية للترويج للفكر المقاولاتي؟
- ماهي أنشطة العلاقات العامة الرقمية للترويج للفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي؟
- كيف تساهم العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورة الجامعة لدى الطلاب الجامعيين؟
- ما هي التحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية في الترويج للفكر المقاولاتي في الجامعة الجزائرية؟

4. أهمية الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى عدة اهداف نذكر منها:

- معرفة ماهية العلاقات العامة الرقمية والفكر المقاولاتي
- معرفة التقنيات الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة الرقمية في الجامعة الجزائرية للترويج للفكر المقاولاتي
- معرفة الطرق التي تستخدمها العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورة الجامعة الجزائرية لدى الطلبة الجامعيين.
- معرفة اهم التحديات التي تواجه الجامعة الجزائرية في الترويج للفكر المقاولاتي

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات النظرية التي تهدف الى محاولة معالجة موضوع العلاقات العامة الرقمية من خلال جمع المعلومات وتحليلها للوصول الى اسهامات العلاقات العامة الرقمية في الجامعة الجزائرية ودورها في الترويج لروح المقاولاتية لدى الطالب الجامعي ومحاولة التوصل الى إجابات عن التساؤلات المطروحة في الدراسة.

2.5. تعريف العلاقات العامة:

تعتبر العلاقات العامة كأحد اهم العناصر داخل المؤسسة بحيث تعددت التعاريف التي تحدد معنى العلاقات العامة ليعرفها " كوتليب " فيصفها بانها الجهد المخطط للتأثير في الآراء والاتجاهات من خلال أداء جيد ومسؤول اجتماعيا، وأيضا اتصال جيد ذي طريقتين، من المنظمة الى جماهيرها، ومن الجماهير الى المنظمة (الحربي، 2012، صفحة 95). وفي تعريف قدمه " بول جرايت " يؤكد فيه ان العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وانما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الاعمال التي تحظى باحترامه (كموش، 2016). كما ان العلاقات العامة هي نشر المعلومات والأفكار والحقائق من الجماهير والمؤسسة بغية

الوصول الى الانسجام والتكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجمهور (كمال، 2012، صفحة 115)

أولاً: العلاقات العامة الرقمية وروح المقاولاتية:

أ- تعريف العلاقات العامة الرقمية:

لقد مس التطور التكنولوجي جميع المؤسسات والهيئات والإدارات بحيث نلاحظ أن العلاقات العامة اتجهت الى استخدام التكنولوجيات الحديثة وتغيير اسمها الى العلاقات العامة الرقمية بعدما اصبحت توظف وسائل وتكنولوجيات حديثة " بحيث تعرف العلاقات العامة الرقمية بأنها: قيام إدارة العلاقات العامة باستخدام التقنيات الحديثة لتنفيذ انشطتها وتحقيق أهدافها. اذ تشمل العلاقات العامة الرقمية نشر الرسائل الاخبارية عبر الانترنت، ونشر المعلومات للجمهور عبر الانترنت لإعلام الجمهور بخدمات المنظمة أو القضايا المتعلقة بالمنظمة في الوقت الحالي (العكل، 2022، صفحة 125).

فأصبح من الضروري مواكبة هذا التطور والتمرس على الأدوات التكنولوجية الحديثة من أجل تحقيق الاهداف على الوجه الكامل.

كما ان العلاقات العامة الرقمية تصنف الى نوعين

علاقات عامة رقمية تستخدم الموقع الالكتروني والبريد الالكتروني.

علاقات عامة رقمية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر والمدونات واليوتيوب وغيرها (الصالح، 2021، صفحة 53).

ب. تعريف روح المقاولاتية:

تعتبر روح المقاولاتية عن استخراج الأفكار الجديدة وتطوير المرونة الضرورية من أجل خلق التغيير، أما الكتاب الأخضر المعنون بـ "روح المؤسسة في أوروبا" المنشور من طرف المفتشية الأوروبية فقد أعطى التعريف التالي: "روح المؤسسة حالة روحية مثل مسار إنشاء وتطوير

نشاط اقتصادي عن طريق مزيج من الإبداع و/أو الابتكار والتسيير السليم في منظمة جديدة أو منظمة قائمة وتحمل المخاطرة (بحوصي، عريس، و بوزرب ، 2018، صفحة 16).

ج. خصائص العلاقات العامة الرقمية:

- 1- التفاعلية: من خلال التفاعل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي بحيث يستطيع الجمهور النشر عبر الوسائط وابداء الرأي والتعليقات والردود على المنشورات.
- 2- تعددية الوسائط الإعلامية اللامركزية اللاتزامنية: من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والتويتر والمدونات وكذا الايميل وقواعد بيانات وغرف دردشة وبرامج حوارية تطبيقات وبرامج اتصالية لعقد مؤتمرات والاحداث الافتراضية.
- 3- قابلية التحويل للاجماهيري: من خلال تعدد جماهيرها وتغيرهم من خلال دخول جماهير جديدة وتوجيه الرسائل الى جماهير محددة ومقصودة.
- 4- الشيوخ والانتشار: من خلال سرعة انتشار المعلومة عبر هذه الوسائط ولأنها تصل الى جماهير كثيرة وأكثر شيوخا.
- 5- التدويل او الكونية: من خلال عبورها لمختلف الدول والقارات وعدم وجود حدود جغرافية لها.
- 6- الكثافة العالية للمعلومات والقدرة على تخزينها: من خلال نشر معلومات كثيرة في وقت قصير وقدرة تخزين عالية للمعلومات وحفظها والرجوع اليها في وقت قياسي وقصير دون عناء وبتكلفة أقل.
- 7- كما تتميز العلاقات العامة الرقمية بالآنية والسرعة والثراء في حجم المعلومات وروح الحوار والتفاعل بين المؤسسة وجماهيرها.

أولاً : استراتيجيات العلاقات العامة الحديثة: إن استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال أصبح ضرورة ملحة وذلك من خلال ما تقدمه من خدمات انية وتواصل بين الجماهير بطريقة احترافية ومباشرة وعليه فقد اقترح Ronnie Hobbenstein و David Barbée خمس

استراتيجيات تمكن ممارس العلاقات العامة من الاستفادة من أدوات الويب وتتمثل في المراحل التالية: تبني فكرة حول استخدام أدوات الاعلام الجديد ثم تشكيل رؤية حول الوسائط التفاعلية و من ثم تطبيق هذه الفكرة في ارض الواقع ثم التعريف بالفكرة داخل المؤسسة (العربي و شبرة، 2018، صفحة 74) .

كما يجب ان يتميز ممارسو العلاقات العامة الرقمية بالمرونة في توجيه الجمهور نحو اكتساب اخبار ومعلومات جديدة تساهم في عملية التفاعل بين المؤسسة وجمهورها.

ثانيا: أنشطة العلاقات العامة الرقمية للترويج للفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي:

للعلاقات العامة الرقمية أنشطة تقوم بها في الوسط الجامعي للترويج للفكر المقاولاتي لدى الطلاب الجامعيين من خلال القيام بدورات تكوينية دورية تقوم فيها الجامعة للتعريف بالروح المقاولاتية وكيفية انشاء مؤسسات ناشئة من خلال خبراء ومختصين في هذا المجال و نشر ثقافة المقاولاتية ومحاولة احتواء الأفكار التي يمتلكها الطلبة وكذا محاولة احصاء وتقييم المشاريع المبتكرة ومتابعهم لأنشاء مشاريع خاصة بهم ووضع و بناء خطط استراتيجية للوصول الى اهداف الجامعة ويتم ذلك باستخدام مختلف التقنيات الحديثة كالفاسبوك ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تبدأ أنشطة العلاقات العامة الرقمية للترويج للفكر المقاولاتي من خلال رسم خطط ووضع برامج تكوينية لفائدة الطلبة من خلال عرض الأفكار وتحويلها الى مشروع.

عرض تجارب ناجحة لأشخاص قاموا بتوظيف أفكارهم الإبداعية وحققوا بها نجاحات كبيرة في مختلف المجالات الاقتصادية.

تقوم العلاقات العامة الرقمية بالتعريف بكيفية تبني فكرة مؤسسة ناشئة من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ليطماشى مع التوجه الاقتصادي للبلاد. كما

تساهم في تسهيل عملية التواصل والتفاعل مع الجمهور الخارجي للجامعة (طلبة حاملي المشاريع) عن طريق التواصل الرقمي وذلك لتعزيز الثقة بين الطلبة والجامعة.

شرح كيفية تقديم الفكرة وتحويلها الى مشروع مؤسسة ناشئة.

النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي لكيفية انشاء مؤسسات ناشئة والخطوات المتبعة في ذلك

استغلال الموقع الالكتروني الخاص بالجامعة من اجل أخذ المعلومات اللازمة عنها.

التحفيز عبر صفحة الفيسبوك للمسابقات المنظمة لأحسن المشاريع الابتكارية.

وضع البريد الالكتروني حيز الخدمة لاستقبال الملفات عن طريق صيغة PDF وWORD

تنمية الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين والتدريب على مختلف التقنيات الحديثة في مجال المقاولاتية.

انشاء مواقع رقمية افتراضية ترافق الطالب الجامعي في انشاء مؤسسته.

ثالثا: أدوات وتقنيات العلاقات العامة الرقمية:

تعتمد العلاقات العامة الرقمية على عدة تقنيات حديثة تساهم بشكل كبير في

عملها ولعل من اهم التقنيات الحديثة التي تستخدمها نجد: مواقع التواصل الاجتماعي –

التويتر – المدونات – الانترنت – مواقع الكترونية – قواعد بيانات – تطبيقات لإقامة

المؤتمرات بحيث ان الاستخدام الجيد والمحكم لهذه التقنيات يساهم بشكل كبير في مسيرة

التطور الحاصل ويتمشى مع متطلبات المؤسسة الحديثة.

التقنيات الحديثة التي تستخدمها الجامعة الجزائرية للترويج للفكر المقاولاتي:

أدى الانتقال من العلاقات العامة التقليدية التي تعتمد على محدودية عملية الاتصال الى

علاقات عامة رقمية اكثر حداثة استخدمت فيها مختلف الوسائل الرقمية وهذا ما أدى الى

الانفتاح في مجال التفاعلية من خلال التواصل الانني والمباشر بين المؤسسة و جمهورها دون

قيود العلاقات العامة التقليدية و لعل اهم التقنيات الحديثة استخداما في مجال العلاقات

العامة و التي وظفتها للترويج للفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين نجد:

الانترنت: تعتبر الانترنت من أكثر التقنيات الحديثة استخداما في مختلف المجالات خاصة في مجال العلاقات العامة بحيث تعتبر بانها بوابة مختلف التقنيات الحديثة والتي نجد منها شبكات التواصل الاجتماعي بحيث اتاحت الفرصة للطلبة الجامعيين بالتصفح الانى والسريع وسهولة الوصول الى المعلومات وطرح انشغالاتهم واراءهم بشكل دائم ودوري.

6. شبكات التواصل الاجتماعي:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن مختلف التقنيات الحديثة التي تتميز بالتفاعل وسرعة انتقال المعلومات وتبادل الأفكار كما يعرفها زاهر راضي بانها منظومه من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء اخرين يتميزون باهتمامات مماثلة (اسباعي، 2023، صفحة 172) كما ان العلاقات العامة توظف شبكات التواصل الاجتماعي لأجل عرض و التعريف بإنشاء المؤسسات و احتواء الأفكار .

الفيسبوك:

يعتبر الفيسبوك من اهم مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في مجالات التفاعل والعلاقات الاجتماعية بحيث حظي منذ ظهوره بشعبية كبيرة وعدد متابعين فاق الملايين وذلك لسهولة استخدامه وتوفره للجميع وكذا الخدمات التي يوفرها ولذلك نجد ان مختلف الجامعات الجزائرية لديها صفحة الفيسبوك الخاصة بها والتي تقدم وتروج فيها لمختلف الأنشطة الخاصة بها خصوصا للترويج والتعريف بالفكر المقاولاتي.

التويتر: بحيث احتل كذلك التويتر المراتب الأولى من حيث الاستخدام ويعتبر من التقنيات الحديثة في مجال التواصل الا انه اقل رواجاً من الفيسبوك ويتميز بصفة التفاعلية و التواصل بين مختلف الجماهير حول مواضيع مختلفة .

اليوتيوب: يقدم اليوتيوب مقاطع الفيديو المجانية والمدفوعة ويهدف الى الربح او تقديم خدمة ويستخدم في مختلف المجالات وخصوصا في الجامعات وذلك لعرض المشاريع الريادية والدورات التي يقوم بها الخبراء والمختصين في مجال العلاقات العامة الرقمية والمقاولاتية. الایمیل والموقع الالكتروني: يعتبر الایمیل كأحد وسائل التواصل التي تستخدمها جل المؤسسات الجامعية من خلال ارسال الرسائل والملفات وتخزينها ولسرعة إيصال المعلومات والملفات الى الطرف الاخر، كما ان لكل جامعة موقع الكتروني وایمیل مهني خاص بها. المدونات: تعتبر المدونات نوع من أنواع مواقع الويب التي تسمح لصاحبها بكتابة صفحات الويب او المنشورات بحيث سعت العديد من الشركات لإنشاء مدونات داخلية للعمال

7. جمهور العلاقات العامة :

يعتبر جمهور العلاقات العامة كأهم عنصر في العملية الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية بحيث يعتبر طلاب الجامعة هم جمهور العلاقات العامة في الجامعة ولعل الاستخدام الأمثل للعلاقات العامة الرقمية يؤدي الى حسن التفاعل والتواصل بينهم وبين الجامعة بحيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي و مختلف الوسائط الرقمية جزءا مهما في عملية التواصل، حيث ان مكتب العلاقات العامة يحاول وضع صورة طيبة عن الجامعة وتكثيف التفاعل من خلال استعمال مختلف التقنيات الحديثة بطريقة احترافية، وهذا ما يؤدي الى تحقيق نجاح الجامعة في الوصول الى أهدافها.

نظرا للاستخدام اليومي والمتكرر لمواقع التواصل الاجتماعي من طرف طلبة الجامعة وحهم للاطلاع على كل ما هو جديد، يعتبر طلاب الجامعة كفئة متميزة في المجتمع من خلال الحيوية والمرونة في استخدام مختلف الوسائط الرقمية ومن خلال تواصلهم وتفاعلهم مع المنشورات عبر الصفحات الخاصة بالجامعة، بحيث تستطيع الجامعة من خلال استخدام العلاقات العامة الرقمية توجيه الرسائل ونشر المعلومات بطريقة سريعة واحترافية.

رابعاً: استراتيجيات بناء العلاقة بين الجامعة والطلبة حاملي المشاريع وتحسين صورة الجامعة:

تسعى الجامعة من خلال العلاقات العامة الرقمية الى بناء استراتيجيات فعالة وذلك لتبني أفكار الطلبة وتحسين صورة الجامعة من خلال عدة استراتيجيات نجد منها :
استراتيجية الحوار التفاعلي : Loop Dialogic ويقصد به وجود حوار وتفاعل بين الطلبة والجامعة وذلك من خلال التعليقات على منشورات الفيس بوك أو الردود على ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي.

استراتيجية نشر المعلومات : Dissemination Information وهي عبارة عن اخبار، صور، ومقاطع فيديو لكيفية انشاء مؤسسة ناشئة، او نشر الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين، إعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حملات حول كيفية تبني أفكار مؤسسات ناشئة من خلال غرس روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

استراتيجية التفاعلية والانغماس : Involvement وهي عبارة عن كيفية التواصل بين الجامعة و الطلبة عن طريق عناوين البريد الالكتروني للجامعة ، وتقويم الاحداث والفعاليات، وفرص المتطوعين، ومشاركة الصفحات الخاصة، وميزات التفاعل والمشاركة، والاستجابة لمنشورات المستخدمين (بداني، 2022، صفحة 61)

كما نجد أيضا ان تحسين صورة الجامعة يكمن فيما يلي:

الاستفادة من نقل الملفات في الشبكة للحصول على المعلومات والبيانات
إمكانية التفاعل وتقديم الردود حول التعليقات من خلال شبكة التواصل الاجتماعي وذلك لتحسين الصورة بين الجامعة وحاملي المشاريع وبالتالي فان استخدام العلاقات العامة الرقمية في الجامعة أصبح ضرورة حتمية لنشر روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين وتحقيق التفاعل والتواصل وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية .

استراتيجية استخدام الموقع الالكتروني: من خلال تصميم موقع المنظمة الالكتروني بحيث يمثل أداة جوهرية وحيوية للاتصال بجمهور الجامعة والعالم الخارجي بشكل عام وذلك في مختلف تفاعلاته ومراسلاته.

استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات والاخبار والاستفادة منها في إعداد نشرات ومطويات ومطبوعات الجامعة وكذا البريد الالكتروني. اجراء البحوث عن طريق المقابلات مع الطلبة حاملي المشاريع المبتكرة عبر الشبكة عن طريق البريد الالكتروني أو التصويت في موقع الجامعة ومجموعات الحوار في المنتديات (حمد، 2018، صفحة 75)

خامسا : التحديات التي تواجه العلاقات العامة الرقمية في الجامعة الجزائرية للترويج للفكرالمقاوالاتي :

مثل أي علم من العلوم الأخرى حديثة النشأة تواجه العلاقات العامة الرقمية الكثير من التحديات وذلك لحدثة استعمال التقنيات الحديثة في مجال عملها وهذا ما يفرض على ممارسي العلاقات العامة الرقمية الكثير من التدريب والتمرن على استخدام هذه التقنيات الحديثة ومعرفة طرق توظيفها بطريقة سليمة تساهم في تسهيل نشاطها ومجال عملها وتصبح أكثر اندماجا وفاعلية ويمكن ان نلخص مجمل هذه التحديات في ما يلي:

- ممارسي العلاقات العامة: قلة تدريب ممارسي العلاقات العامة على التقنيات الحديثة المستعملة.
- الدورات التدريبية: محدودية الدورات التكوينية الخاصة بالطلبة الجامعيين أصحاب المشاريع وهذا ما يقوض فرص الابتكار لديهم وقلة تدريب ممارسي العلاقات العامة الرقمية بصفة دائمة.
- الانترنت: تذبذب شبكة الانترنت وهذا ما يخلق صعوبة التواصل والاستمرارية.
- التفاعل والاندماج: قلة التفاعل بين الجامعة والطلبة الجامعيين وعدم الاندماج بسبب عزوف الطلبة عن هذه المشاريع.

- التمويل: محدودية التمويل ونقص المتابعة ما بعد تبني الأفكار.
- الكفاءات: قلة الكفاءات التي تساهم في نشر الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي
- محدودية التفاعل بين ممارسي العلاقات العامة الرقمية والطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- قلة البحوث التي تتناول مختلف جوانب العلاقات العامة الرقمية.
- التفاعلات وكيفية الردود السريعة على التساؤلات والشكاوى من طرف جمهور الطلبة.
- التخوف من وقوع الازمات الداخلية والخارجية للجامعة من خلال فهم ردود أفعال الطلبة والتعامل معها بكل مرونة وتقديم الحقائق.

8. التوصيات:

- 1- الاستخدام الأمثل لتقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة .
- 2- تدريب ممارسي العلاقات العامة الرقمية على كيفية الحوار والتواصل عبر المنصات الرقمية.
- 3- الاحتكاك بالنماذج العالمية في مجال المقاولاتية .
- 4- الاهتمام بمثل هذه البحوث التي تساهم في رفع اقتصاد البلاد والتوجه في الطريق الصحيح.
- 5- التفاعل والتواصل مع الطلبة من خلال ماقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي وذلك لضمان حسن صورة الجامعة.
- 6- تكثيف الدورات التدريبية الخاصة بالفكر المقاولاتي وكيفية انشاء مؤسسات ناشئة
- 7- تقديم الدعم المالي والبيداغوجي للطلبة الجامعيين.
- 8- المتابعة والمرافقة ما بعد تبني فكرة المؤسسة الناشئة.

9. خاتمة:

تحظى العلاقات العامة الرقمية بمكانة جيدة في الجامعة من خلال توظيف مختلف التقنيات الحديثة من انترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في مختلف الأنشطة التي تقوم بها من احتواء الأفكار والترويج للفكر المقاوالاتي للطلبة الجامعيين وتحسين صورتها الداخلية والخارجية من خلال التفاعل مع أصحاب الأفكار الإبداعية الا انها مازالت تفتقر الى الاستخدام الأمثل لمثل هذه التقنيات.

قائمة المصادر والمراجع:

- أمينة نزهة بداني. (2022). الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة. جامعة غليزان.
- بوعمامة العربي، و صالح فلاق شبرة. (2018). العلاقات العامة الرقمية الحديثة -الأدوات والاستخدامات. *العلاقات العامة الرقمية الحديثة -الأدوات والاستخدامات*. مستغانم: ألفا للوثائق.
- رجاء هباس الحربي. (2012). *العلاقات العامة والإدارات العليا*. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- شروق محمد العكل. (جوان، 2022). العلاقات العامة في العالم الرقمي: المفهوم و الأدوات. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*.
- صباح أنور حمد. (2018). استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية دراسة مسحية للعاملين في العلاقات العامة. *مجلة الباحث الإعلامي*.
- علي حيدر حاتم الصالحي. (جوان، 2021). العلاقات العامة الرقمية: مراجعة نظرية للمفهوم وعوامل الظهور والتحديات. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*.
- مجدوب بحوصي، عمار عريس، و خيرالدين بوزرب. (2018). دور الجامعة في تحسين روح المقاوالاتية لدى الشباب الجامعي-قراءة في تجارب دولية. *الملتقى الدولي "الجامعة والانفتاح على المحيط الخارجي الإنتظارات و الرهانات"*. الجزائر: جامعة قلمة.
- محمد اسباعي. (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمووروث الثقافي المادي و اللامادي - صفحة الفيسبوك موروثنا لولاية ادرار نموذجا. *المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي*.
- محمد مصطفى كمال. (2012). *العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والازمات -إدارة -عولمة -اتخاذ قرارات*. بيروت: دار المنهل اللبناني.
- مراد كموش. (2016). الاطر النظرية للعلاقات العامة و تطبيقاتها بالمؤسسة. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية*.